



Дослідження за період з 24 лютого 2022 по 31 жовтня 2024

Образ українських воїнів у соціальних мережах

Підготовлено ГО «Communication Analysis Team –
Ukraine» на замовлення програми USAID Transforming
Communications Activity

ВИСНОВКИ:

- Військовий – це супергерой.
- ЗСУ – ключовий бренд війни та синонім війська загалом.
- Бригади ЗСУ перебувають у тіні ключового бренду, за окремими винятками.
- Воїн – перш за все у піхоті на передовій.
- Помітне протиставлення прогресивних «низових» командирів та «радянських» генералів.
- Фінансова мотивація практично не фігурує в розмовах про бійців.
- З часом цивільні, особливо жінки, дедалі менше пишуть про військових.
- Замало уваги до проблем ЗСУ.
- Так само мало уваги – до реформ.
- Боєць асоціюється з втратами теж перш за все в очах цивільних.
- ТЦК – основний негативний бренд.
- При цьому ТЦК не сприймаються як частина ЗСУ.
- Страх перед мобілізацією супроводжується браком уваги до навчання воїнів.
- З іншого боку, добровільна мобілізація дедалі менш помітна.
- Самі військові формують найменш пафосний образ себе.
- Найбільше впливають на риси образу бійця гучні медійні події.
- Військові зосереджені на бойових діях у 2-3 рази більше, ніж цивільні.
- Образ бійця дуже «подорослішав» порівняно з 2022 роком, але лише для тих, хто хоче про це знати.

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

- Оновити «канон» розповіді про бійця.
- Приділяти більше уваги великим наративним формам.
- Перетворювати героїзм бійців на інфоприводи.
- Повертати і оновлювати «жіночу» комунікацію про військових.
- Масштабувати розповіді про якість підготовки військових.
- Популяризувати «немедійні», але успішні підрозділи.
- «Персоналізувати» мобілізаційну комунікацію.
- Посилювати наратив оновлення командування.
- Підсвічувати історії тиловиків та малопопулярних спеціальностей.
- Комунікувати реформи у війську через історії окремих бійців.

Кількісний аналіз. Було проаналізовано масив публікацій, накопичений ГО CAT-UA в рамках вивчення воєнної комунікації з першого дня повномасштабного вторгнення, в якому вибірка повідомлень у межах проукраїнського сегменту соціальних мереж (Facebook, Twitter, YouTube, Telegram, Instagram, TikTok) за 24 лютого 2022 – 15 листопада 2024, для яких було визначено основні меседжі. Серед тих меседжів було обрано ті, що стосуються українських військових. Це меседжі на кшталт «Українці пишаються, дякують ЗСУ», «Українці сваряться між собою», «Українці критикують ЗСУ, волонтерів» та ін. З усього масиву, що становив 47 632 публікації, випадковим чином було відібрано 1500 повідомлень, з яких релевантними виявилися 883.

Методом ручного кодування визначено такі параметри аналізу:

1. Тональність оцінки українського військового – позитивна, негативна, нейтральна.
2. Ситуація, в якій постає боєць/бійчиня.
3. Роль, яку відіграє боєць/бійчиня.
4. Рід військ чи військове формування.
5. Спеціальність чи посада військового/військової.
6. Узагальнена характеристика в 1-2 словах.
7. Категорія автора допису: медіа, офіційні органи, інші організації, громадяни.
8. Для громадян – стосунок до військової служби: військовослужбовці, військовозобов'язані, невійськовозобов'язані.

Досліджено як загальний розподіл таких даних за звітний період дослідження, так і динаміку їх зміни впродовж цього періоду.

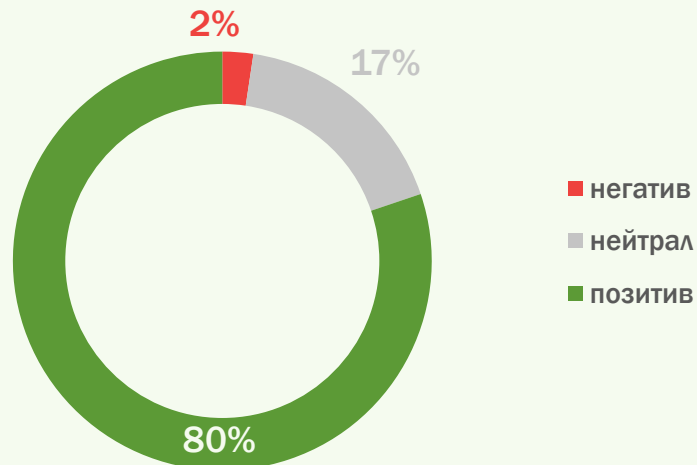
Якісний наративний аналіз проводився на основі даних, зібраних волонтерським проєктом **CAT-UA** для щомісячних стратегічних звітів з аналізом українського інфопростору. У рамках цього аналізу формувався наратив, який поширювався проукраїнськими користувачами соцмереж в Україні щодо війни. Цей наратив склав основний матеріал для виокремлення характеристик українських бійців за період з 2022 по 2024 роки. Такі дані представлено в другій частині дослідження.

ЧАСТИНА ПЕРША: КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ

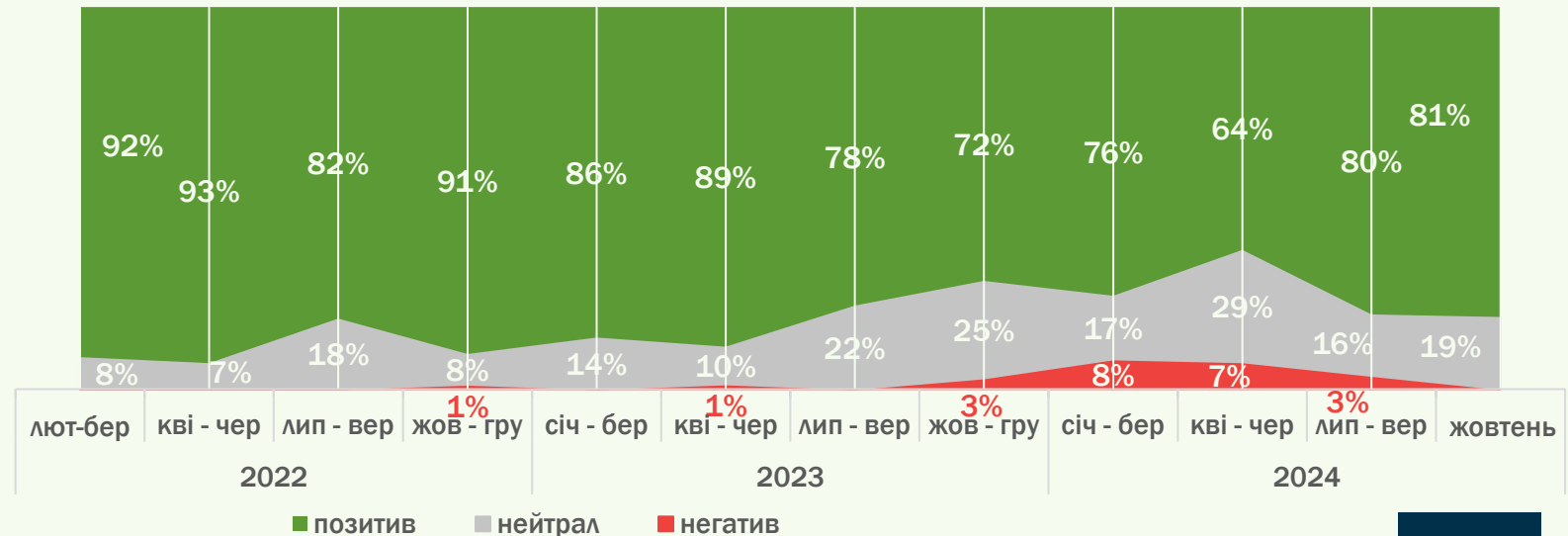
ЗАГАЛЬНИЙ НАСТРІЙ КОРИСТУВАЧІВ

2022 рік – період домінування позитиву щодо захисників: вони звияжні, сміливі, дають надію на перемогу (яка здається не за обрієм), вправно нищать окупантів та захоплюють їхню техніку, вміють організувати побут в окопах. До лав ЗСУ вступають донедавна ще зовсім цивільні люди (як-от футболісти ФК «Прикарпаття», поштарі), викликаючи безумовну шану і гордість, і одразу роблять звияжне, як-от збивають літаки. Заради України дехто свідомо жертвує життям (як В.Скакун, що 24 лютого підірвав разом із собою міст) й ще багато хто гине від куль та снарядів росіян. На звільнених територіях бійців зустрічають з гостинцями, тоді ж – довгоочікувані зустрічі з першими визволеними полоненими. На честь полеглих воїнів називають вулиці, про них і про ще живих їхніх побратимів мріють знімати фільми та писати книги. Негатив у перший рік повномасштабного вторгнення щодо військових майже повністю відсутній, але вже ближче до початку 2024 року пішли скарги на дії «клятих ТЦКшників» (наприклад, у контексті рейдів ТЦК під час масових заходів) на тлі здебільшого беземоційних розмов медіа щодо мобілізації та необхідності поповнення війська. Меншою мірою в інфпросторі помітні скарги на некомпетентність військових командирів (як-от у ситуації з шикуванням 128 ОГШБр на передовій у листопаді 2023 року)

(Частка від кількості дописів)



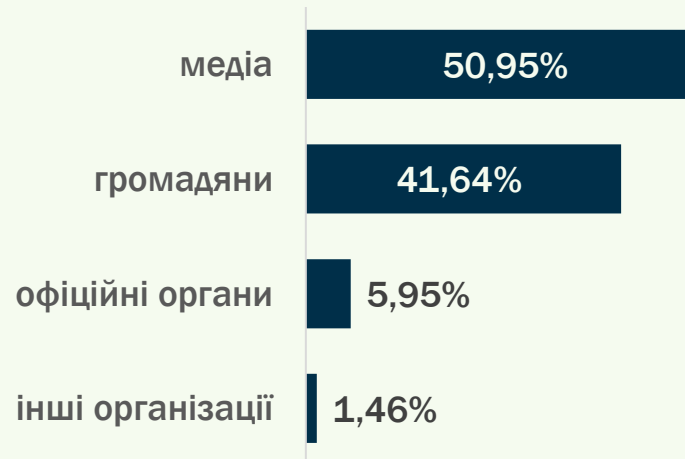
(Частка від кількості дописів)



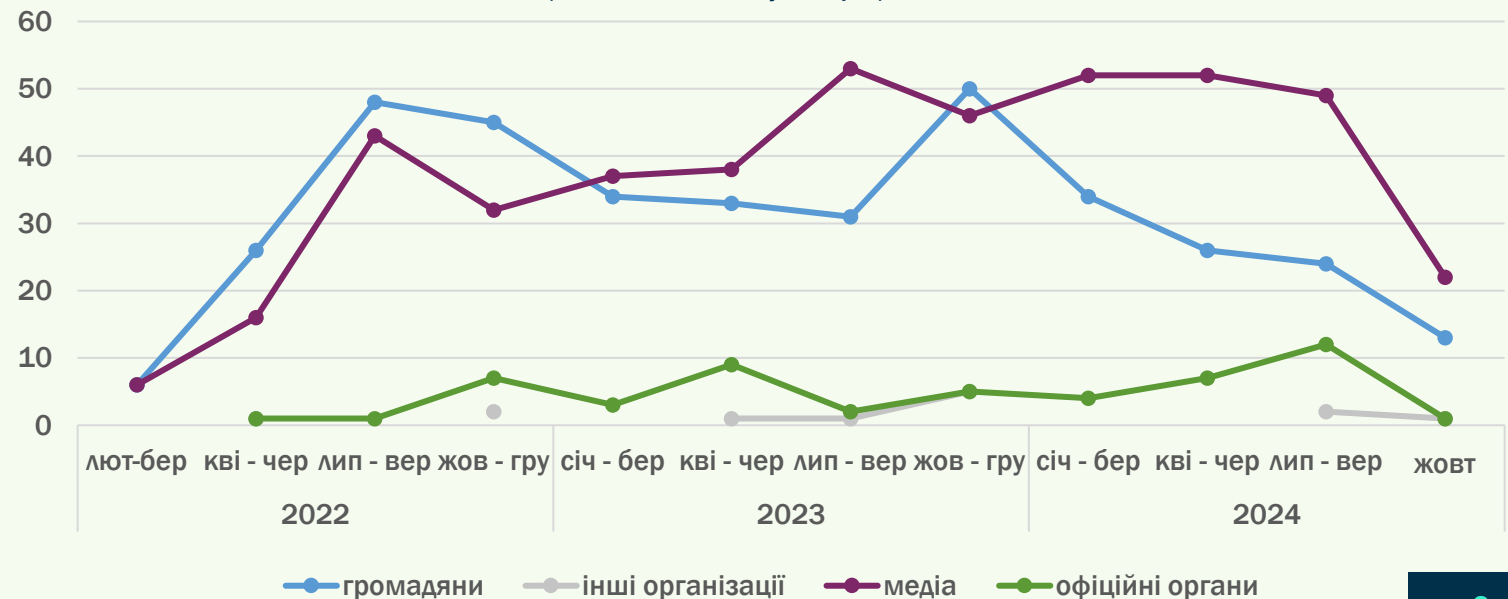
КЛЮЧОВІ ДЖЕРЕЛА ПОШИРЕННЯ СУДЖЕНЬ ПРО ВІЙСЬКОВИХ

У перші місяці війни комунікація громадян жвавіша за медійну, хоча і вони переважно поширюють контент різних порталів (здебільшого регіональних медіа чи новинних ютуб-каналів). Жінки – а подекуди навіть чоловіки – поширюють зворушливі історії: наприклад, про те, як батьки шукали тіло загиблого сина просто посеред поля і вивозили його в багажнику з обстрілів, щоб гідно поховати. Є акцент на винятковій звитяжності бійців чи стражденності полонених. Для рідних військові – передусім безмежно кохані, мужні, ініціативні, при цьому не схильні поширювати деталі щодо війни. Інколи діляться спогадами про свої взаємодії з воїнами ще в цивільному житті. Медіа на початках схильні до висвітлення військових у контексті бойових дій чи сміливих рішень приєднатися до армії. Активно поширюють інтерв'ю з військовими, де ті розповідають про бойовий шлях. З часом у медіа стає більше некрологів: вони перехоплюють ініціативу в громадян, що починають набагато менше публікувати контенту щодо війни (переломним став період обговорення змін до мобілізації – з остаточним переходом ініціативи до медіа вже після представлення відповідного законопроекту). Але останніми місяцями громадяни активно просять підписати різні петиції з проханням присвоїти певному захиснику посмертно звання Героя. Офіційні органи фігурують в інфопросторі рідше, з точковими розповідями про військових, привітаннями зі святами, некрологами, агітацією вступати до лав СОУ

(Частка від кількості дописів)



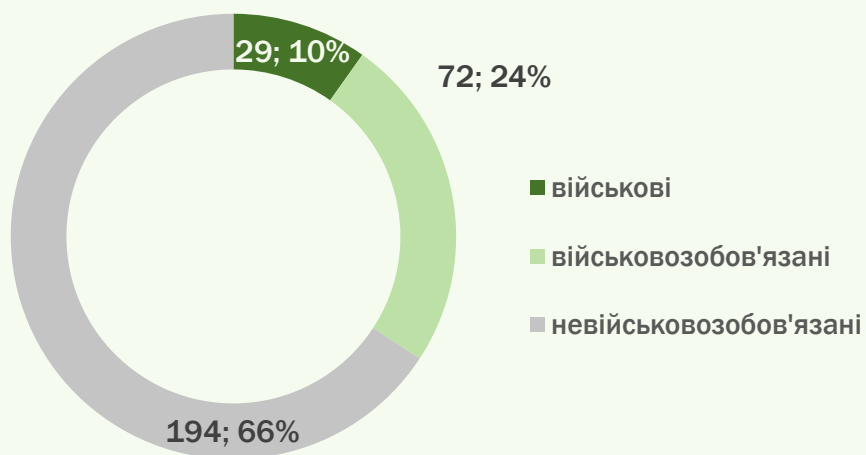
(Кількість дописів у вибірці)



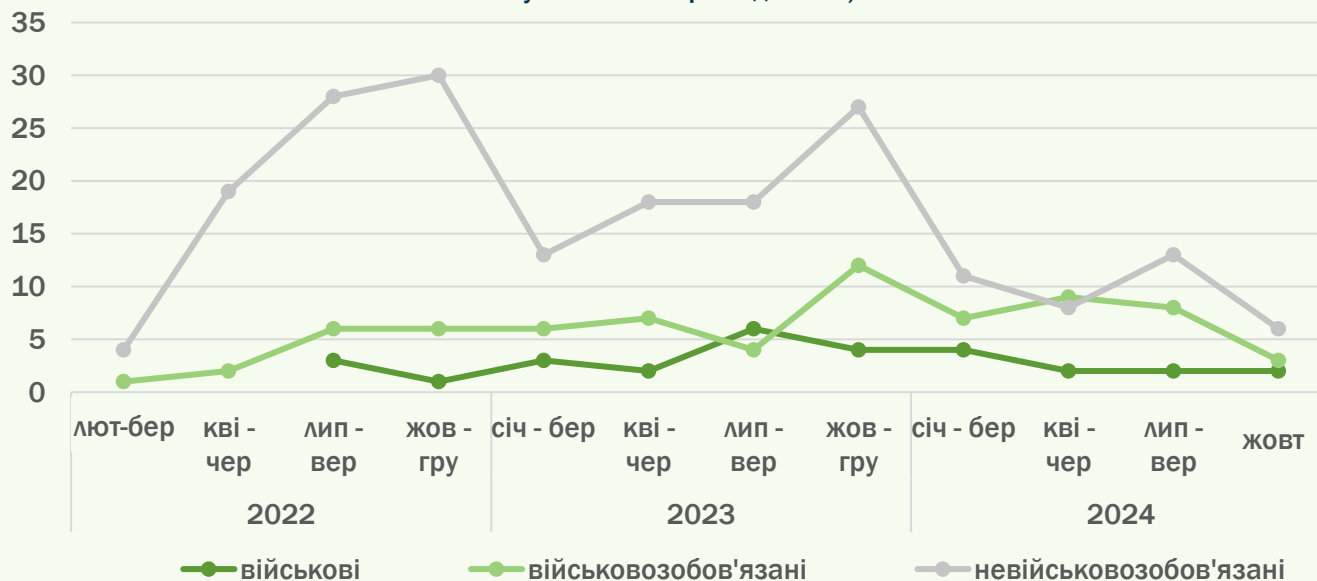
СТОСУНОК ГРОМАДЯН, ЯКІ ПОШИРЮЮТЬ КОНТЕНТ, ДО ВІЙСЬКОВОЇ СЛУЖБИ

Категорія невійськовозобов'язаних (здебільшого жінки) з початку 2022 року активно поширювала розповіді про бійців, супроводжуючи їх емоційними коментарями (з висловленням суму щодо полеглих, вдячності, гордості або перелічуванням бойових здобутків воїнів). Чимало жінок пишаються юнаками, які в своєму віці знищили вже багато росіян і успішно керують підрозділами. Такі акценти межують іноді з магічними або поетичними характеристиками військових («коли він брав у руки скрипку, припинялася стрільба» або «герої не вмирають, бо вони із кременю»), а також молитвами за збереження життя. З часом активність цієї категорії падає й поступово зрівнюється з двома іншими групами, а їхні розповіді про військових вже сповнені більшого реалізму. Військовозобов'язані спершу переказують історії участі військових у певних операціях та некрологи, однак до 2024 року їм дедалі частіше йдеться про обговорення мобілізації та дій представників ТЦК. Самі військові фігурують з записаними на службі тітками – про перебіг бойових дій: в середині 2023 року сплеск контенту від них зумовлений частково увагою до оцінок контрнаступу. Пізніше цей контент витісняють текстові розповіді про повсякденні умови служби чи певні здобутки – як-от підвищення у званні

(Частка від кількості дописів,
опублікованих громадянами)



(кількість постів у вибірці,
опублікованих громадянами)



КЛЮЧОВІ РОЛІ, В ЯКИХ ПОСТАЮТЬ ВІЙСЬКОВІ

Захисник: історії служби військових (зокрема, донедавна цивільних), повсякденні складнощі (навчання, екіпірування, озброєння, погода, зіткнення з окупантами) та реагування на ці виклики, нові реалії життя (окопи, обстріли тощо), побуту (вода, інтернет тощо). Протягом 2023 року – тема контрнаступу і фронтова рутинна з постійними дрібними просуваннями. Також – хизування тим, як військові опановують нову зброю (серед іншого, тоді стають помітними розповіді про успішну роботу дронами, західними системами ППО, в 2024 році – винищувачами F-16).

Жертва: важкі випробування у полоні (нерідко з думками про смерть) чи після поранень, найчастіше – інформація про загибель військових у форматі самої констатації втрат, без подробиць, з акцентом на тому, що війна просто забирає життя дорогих комусь людей.

Герой: мікс історій про жертовність загиблих (особливо видатних осіб на кшталт В.Скакуна чи Р.Ратушного) та успіхів завдяки готовності ризикувати (спалення танків коктейлями Молотова, знищення ворожої техніки та особового складу, тривала оборона Маріуполя та Бахмута), про порятунок побратимів (виведення з оточення військових, евакуація поранених під обстрілами). Петиції за надання звання Героя України з описом претендентів.

Загроза: в розповідях про ТЦК, працівників яких бояться цивільні, або якими невдоволені військові (бо, наприклад, надсилають неякісне поповнення). Деталізовані описи зловживань ТЦК (як-от витягування людей з автобусів, «бусифікація»). Рідше – історії злочинної недбалості командирів без контексту мобілізації (як-от шикування 128 бригади біля передових позицій).

Годувальник: вступ до лав Сил оборони України як можливість покращити своє – чи родинне – фінансове становище (вказання зарплат у вакансіях для цивільних або чинних військових з опцією переведення).

Ветеран: зокрема, опитування для ветеранів або чинних військових щодо потреб у кар'єрному та професійному зростанні.

Месник: прагнення помсти окупантам, зокрема з боку іноземців (білорус воює в Україні ще й за звільнення своєї батьківщини від режиму Лукашенка).

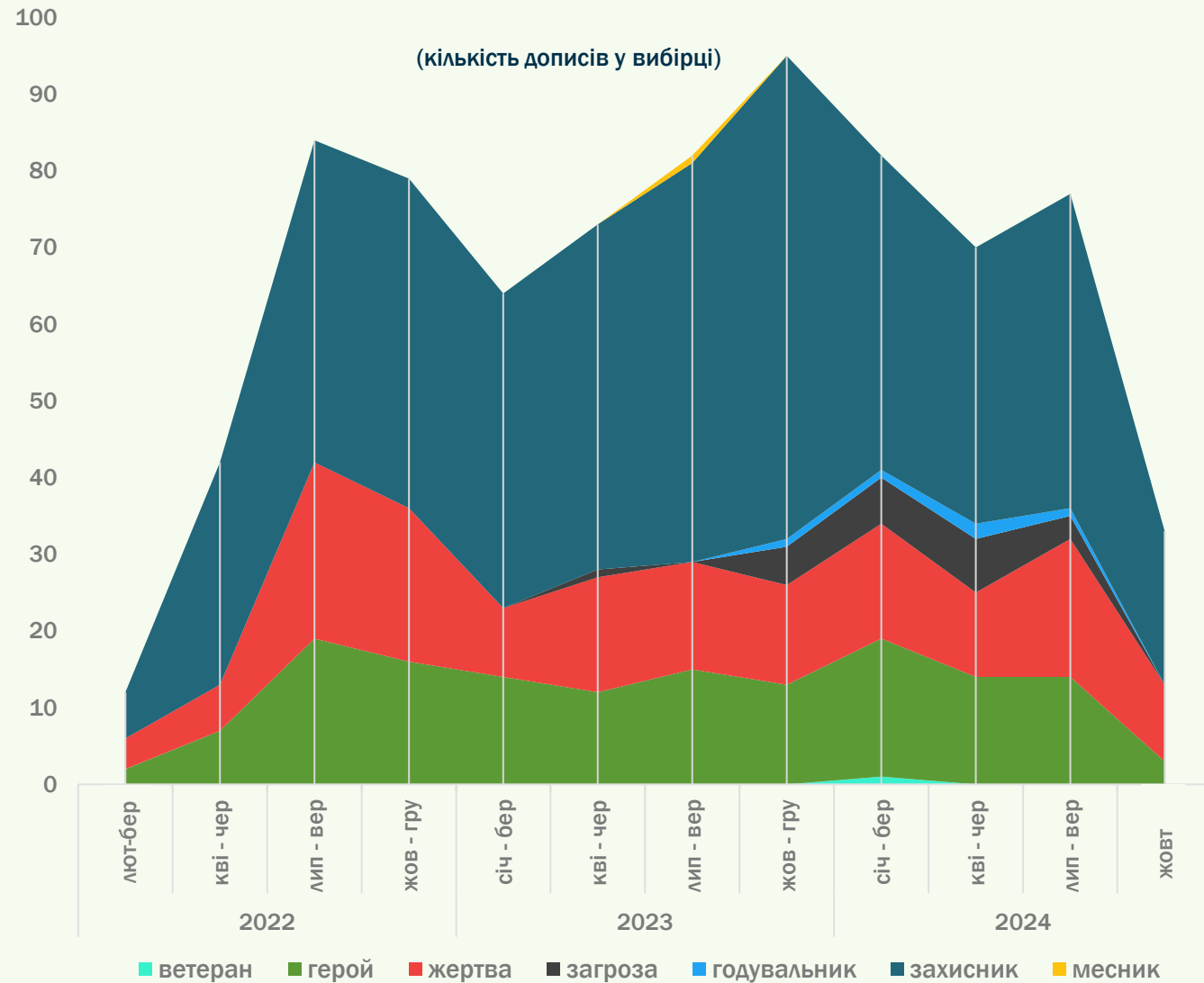
Левову частку уваги отримують чинні військові під час бойових завдань, контенту про ветеранів або бійців у відпустках суттєво менше. Вкрай незначним є підкреслення фінансової мотивації служити (передусім у вакансіях, а не в розповідях від самих бійців чи про бійців). Про загрозу пишуть цивільні критики процесів мобілізації

(Частка від кількості дописів)



ДИНАМІКА ЗМІНИ РОЛЕЙ, В ЯКИХ ПОСТАЮТЬ ВІЙСЬКОВІ

На початках – розповіді про сміливих захисників, їхній успіх у знищенні ворогів, про те, як обирають шлях захисників ще донедавна пересічні цивільні люди. Військові стабільно отримують любов, вдячність та шану, свята – приводи для активізації цих емоцій. З початку 2023 розгортається нова хвиля уваги до контенту про конкретних військових: українці стежать за підготовкою до контрнаступу. Фреймінг військових як жертв є стабільним упродовж більшої частини періоду – майже без істотних сплесків. Військові навіть у розповідях про втрати сприймаються все одно як ті, хто віддав життя не дарма. Меседжі про звитяги та майстерність чергуються із розповідями про хобі військових та побутові справи. Рівномірно розподілений і дискурс героїв: ними дедалі частіше стають люди з цивільного життя, про яких раніше нічого не було відомо. А ось поява дискурсу загрози від військових збігається з обговоренням змін до мобілізації. Здебільшого вже поза контекстом війни та служби лишаються новини про долю ветеранів (лікування, реабілітація, цивільне життя), тому характеристики щодо них рідко потрапляють до вибірки



ОСНОВНІ СИТУАЦІЇ, В ЯКИХ ПОСТАЮТЬ ВІЙСЬКОВІ

Загибель: регулярні некрологи (індивідуальні чи групові), висловлення болю через втрати на війні. Чимало уваги до загиблих юнаків. На початку великої війни – звияжні історії порятунку тіл рідних воїнів (як-от перевезення родинним авто в багажнику крізь поля).

Бойові дії: окремі звияжні епізоди (Зміїний, крейсер «Москва», збиття ворожих літаків, звільнення Херсона, оборона Бахмута) через призму участі в них конкретних бійців. Розповіді про щоденні прояви майстерності та навчання. Є історії про налагодження побуту на передовій, лише зрідка – труднощі (кров, бруд, пісок тощо).

Вдячність громадянина: прославлення війська, проста вдячність за захист, за базові речі (за спокій, безпеку, «квітень» замість «апреля»).

Привітання зі святом: увага до днів родів військ чи фахів (День ВМС, морської піхоти тощо), і до загальновійськових свят, і до державних (Новий Рік, День Незалежності), але з підкресленням, завдяки кому українці мають можливість святкувати. День Конституції – привід згадати її 17 та 65 статті (захист України є обов'язком).

Визволення з полону: повідомлення офіційних органів про успішні обміни та кількість звільнених військових, моменти емоційних зустрічей з рідними, возз'єднання після полону та реабілітації.

Мобілізація: агітація вступати до лав СОУ, конфлікти між військовими та «ухилянтами», скарги на дефіцит людей.

Інші ситуації: тренування бійців (зокрема, за кордоном), шоківі розповіді про поранення (ампутації, втрати частин тіла), невизначеність щодо термінів служби (однак непідтримка демобілізації військовою владою), відзнаки за заслуги, рутинний документообіг («паперова армія»).

Найбільший фокус – на складних ситуаціях, передусім на загибелі. Але часто помітна й радість – щодо зустрічей з полоненими, і щоденна вдячність, привітання з військовими святами

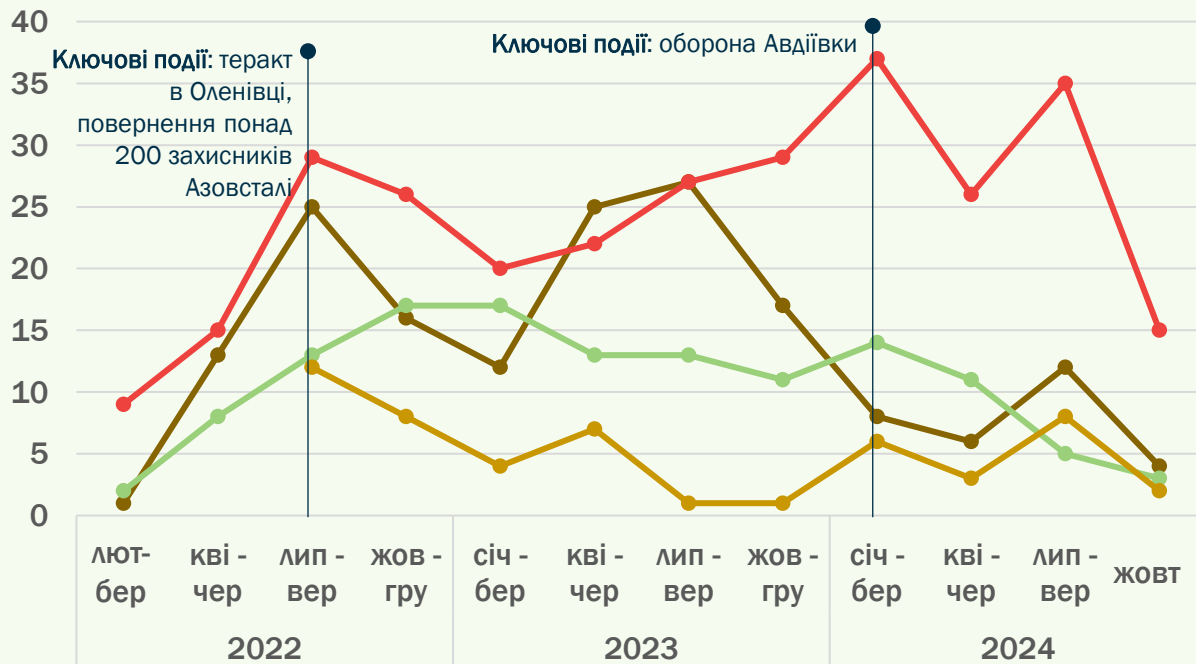
повернення до життя
державні послуги
навчання інтерв'ю
лікування чи реабілітація
нагородження
ВІЗВОЛЕННЯ З ПОЛОНУ
ненависть до росіян
ВДЯЧНІСТЬ громадянина
злочинна недбалість
строки служби
вшанування пам'яті
загибель
бойові дії
підтримка світу
мобілізація
привітання зі святом
поранення
зневага до військових
критика цивільних
критика влади
волонтерська допомога
рекрутинг
полон
відпустка
критика військових

ДИНАМІКА ЗМІНИ СИТУАЦІЙ, В ЯКИХ ПОСТАЮТЬ ВІЙСЬКОВІ

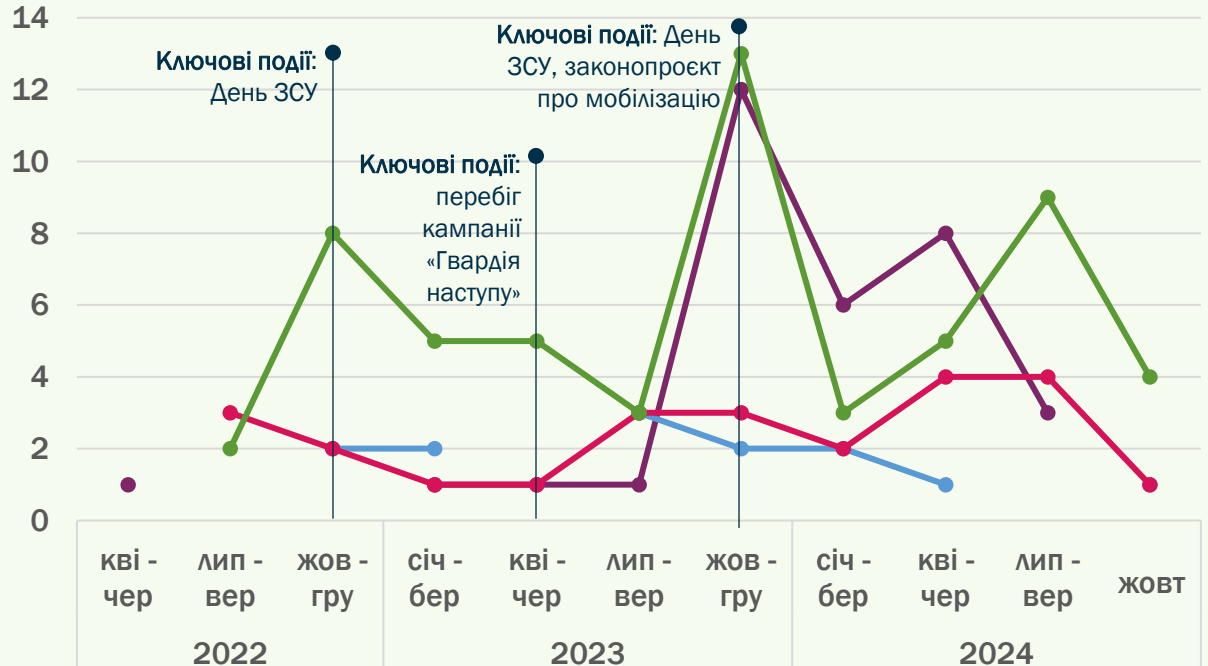
Гучні інфоприводи сприяють фокусу уваги на нові ситуації. Так, пік некрологів фіксувався на тлі липневого теракту в Оленівці (хоча паралельно є й багато інших повідомлень про загибель), тему повернень військових з полону започаткував масштабний вересневий обмін В.Медведчука на захисників «Азовсталі», мобілізації – кампанія «Гвардія наступу» (згодом фокус на цю тему зумовили зміни до закону про мобілізацію і спостереження за його дією). Стабільно – незалежно від контексту подій – висловлюються шана і вдячність військовим. Основні сплески святкування надають Дні ЗСУ у грудні. З плином часу накопичуються контексти і втрат, і поранень, натомість, на тлі відносної сталості фронту, меншає уваги до бойових дій

Динаміка зміни ситуацій

(кількість дописів у вибірці)



— бойові дії — вдячність громадянина — визволення з полону — загибель



— мобілізація — навчання — поранення — привітання зі святом

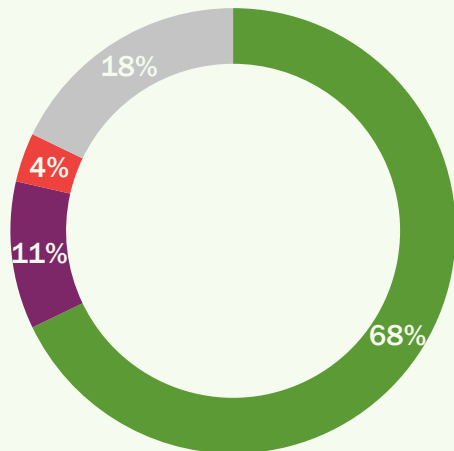
A word cloud featuring various Ukrainian terms associated with heroism and military service. The central and largest word is "герой" (hero) in green. Other prominent words include "Герой України" (Hero of Ukraine), "оборонець Маріуполя" (defender of Mariupol), "молодий" (young), "полонені" (captives), "захисник" (defender), "ветеран АТО" (ATO veteran), "доброволець" (volunteer), "мужні" (brave), "земляк" (fellow villager), "освічені й розумні воїни" (educated and smart soldiers), "патріот" (patriot), "генерал" (general), "загинув за Україну" (died for Ukraine), "наш захисник" (our defender), "били людину" (beat a person), "найкращий льотчик" (best pilot), "герої не вмирають" (heroes do not die), "патріот Генерал загинув за Україну" (patriot General died for Ukraine), "по смерттю нагороджений" (posthumously awarded), "наші найкращі переговорники" (our best negotiators), "відзнаки" (medals), "безстрашний воїн" (fearless warrior), "герой-футболіст" (hero-futurist), "врятував побратима" (rescued comrade), "любив життя" (loved life), "незламний захисник" (unbreakable defender), "героїчно пережив полон" (heroically survived captivity), "втрачаємо найкращих" (losing the best), "справжній патріот" (real patriot), "справажній сміливець" (real brave man), "самогубство у відчай" (suicide in despair), "спортивний" (sporty), "приклад стійкості, незламності та цілеспрямованості" (example of resilience, unbreakability, and purposefulness), "врятував цивільних" (rescued civilians), "брати по зброї" (brothers in arms), "ціна війни" (price of war), "патріоти професійні воїни" (patriots professional soldiers), "ультрас" (ultras), "вируючи" (saving), "бандити в законі" (bandits by law), "отримують важкі поранення" (receive serious injuries), "сильні" (strong), "довіра" (trust), "підірвав собою міст" (blasted himself under the bridge), "багато посміхався" (smiled a lot), "вічна пам'ять" (eternal memory), "мобілізований" (mobilized), "здатні виконувати задачі" (capable of completing tasks), "рятував побратимів" (rescued comrades), "бидло" (herd), "сини добровольця" (sons of the volunteer), "два роки в полоні" (two years in captivity), "воюють на найжорсткіших напрямках" (fighting on the toughest fronts). The background is a light beige color with faint, stylized silhouettes of people in various poses, some holding rifles or tools. The overall tone is patriotic and celebratory.

ПОРІВНЯННЯ РОЛЕЙ ЗАЛЕЖНО ВІД КАТЕГОРІЙ ГРОМАДЯН, ЩО ВИСЛОВЛЮЮТЬСЯ ПРО НИХ

Самі військові здебільшого розповідають про свою службу або діляться кадрами, де вони перебувають на позиціях, виконуючи певні завдання, чи просто в повному військовому спорядженні (що незмінно викликає увагу з боку жінок). Іноді критикують командирів, чиї накази вважають для себе загрозливими і самовбивчими. При цьому, на відміну від частини цивільних, не схильні вважати свою роботу проявом героїзму чи екстраординарних здібностей. Цивільні, своєю чергою, підхоплюють історії видатних військових постатей і фреймують їх як героїчні: про М.Діанова, А.Верхогляда тощо. Хоча вистачає й акцентів на пересічних людях у війську. Загроза від ТЦК майже цілком помітна у дописах військовозобов'язаних чоловіків. Невійськовозобов'язані (жінки) є дуже чутливими до позиціонування воїнів як жертв – про те, як їх забирає ненависна війна чи вони зазнають страждань (у полоні, внаслідок поранень)

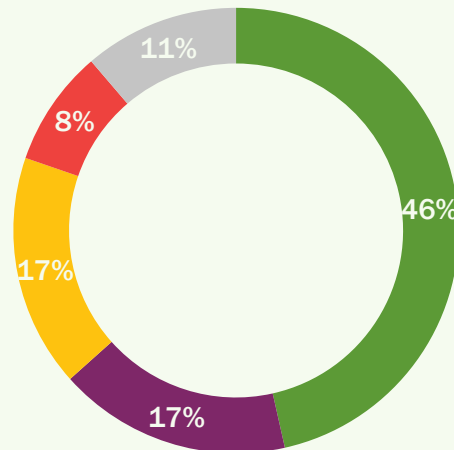
Ролі військового в дописах військових

(Частка від кількості дописів)



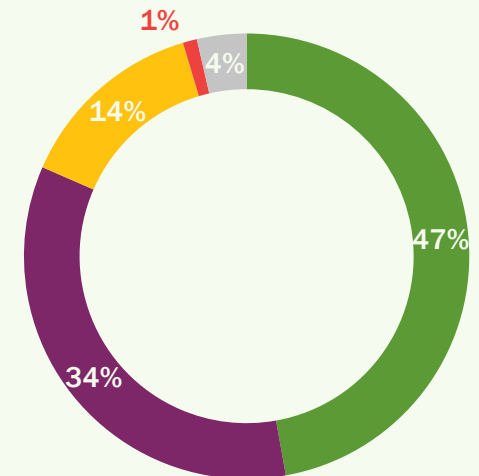
Ролі військового в дописах військовозобов'язаних

(Частка від кількості дописів)



Ролі військового в дописах невійськовозобов'язаних

(Частка від кількості дописів)



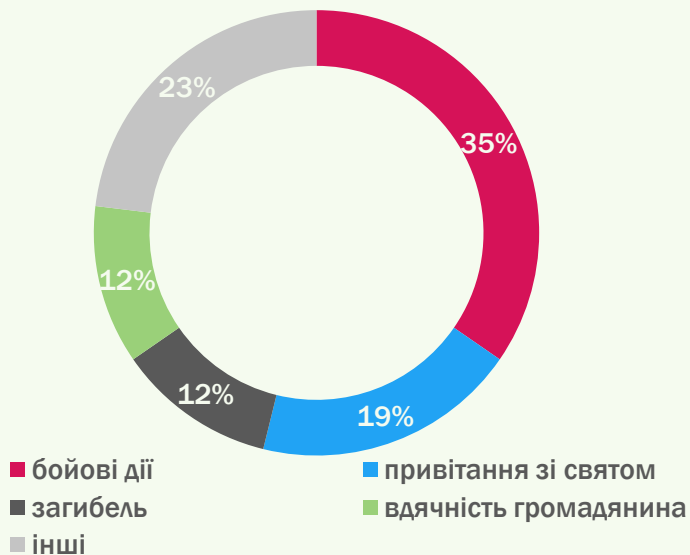
■ захисник ■ жертва ■ герой ■ загроза ■ інші

ПОРІВНЯННЯ СИТУАЦІЙ ЗАЛЕЖНО ВІД КАТЕГОРІЙ ГРОМАДЯН, ЩО ВИСЛОВЛЮЮТЬСЯ ПРО НИХ

Військові розповідають про будні на фронті, побут, бойові завдання, знищення чи захоплення в полон ворогів. Вони ж жвавіше реагують на святкові інфоприводи (військові свята для кожного роду військ чи спеціальності). Обидві категорії цивільних сповнені безумовної вдячності Силам оборони і окремим їх звитязним представникам за можливість жити щодня, як зазвичай. Зрештою, й самі військові себе прославляють у соцмережах (навіть просто у вигляді хештегів #славазсу) чи дякують побратимам. Цивільні зрідка звертають увагу на контекст бойових дій: зазвичай мова йде не про рутину, а про окремі звитязні епізоди (влучний снайпер СБУ, звільнення острова Зміїний, крейсер «Москва» тощо). Чутливим для військовозобов'язаних є контекст мобілізації, також досвід бійців (із ризиком для життя) проєктується на страхи щодо власної потенційної мобілізації. Жінки ж найбільш зворушливо висловлюють очікування полонених і радощі від зустрічей з ними, суттєво більше пишуть про загиблих, порівняно з військовозобов'язаними

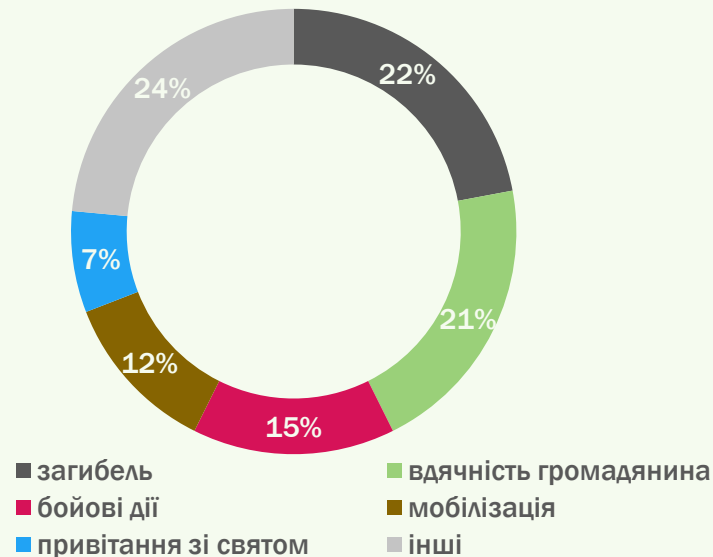
Ситуації, в яких постають військові, в дописах військових

(Частка від кількості дописів)



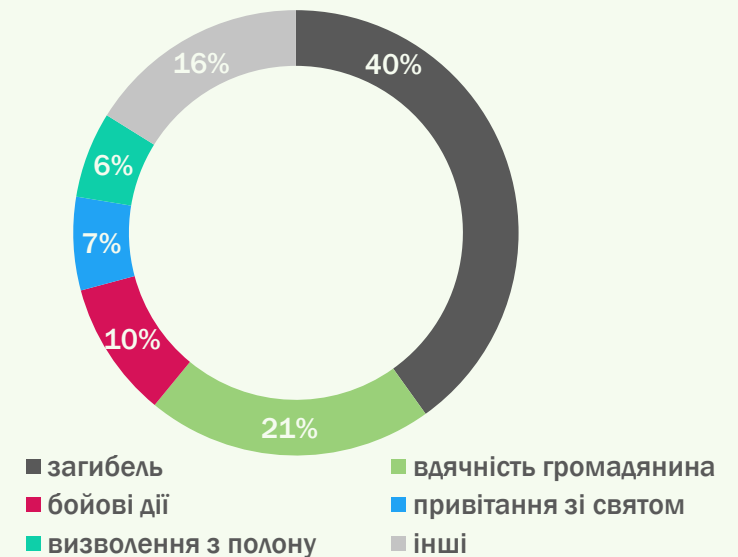
Ситуації, в яких постають військові, в дописах військовозобов'язаних

(Частка від кількості дописів)



Ситуації, в яких постають військові, в дописах невійськовозобов'язаних

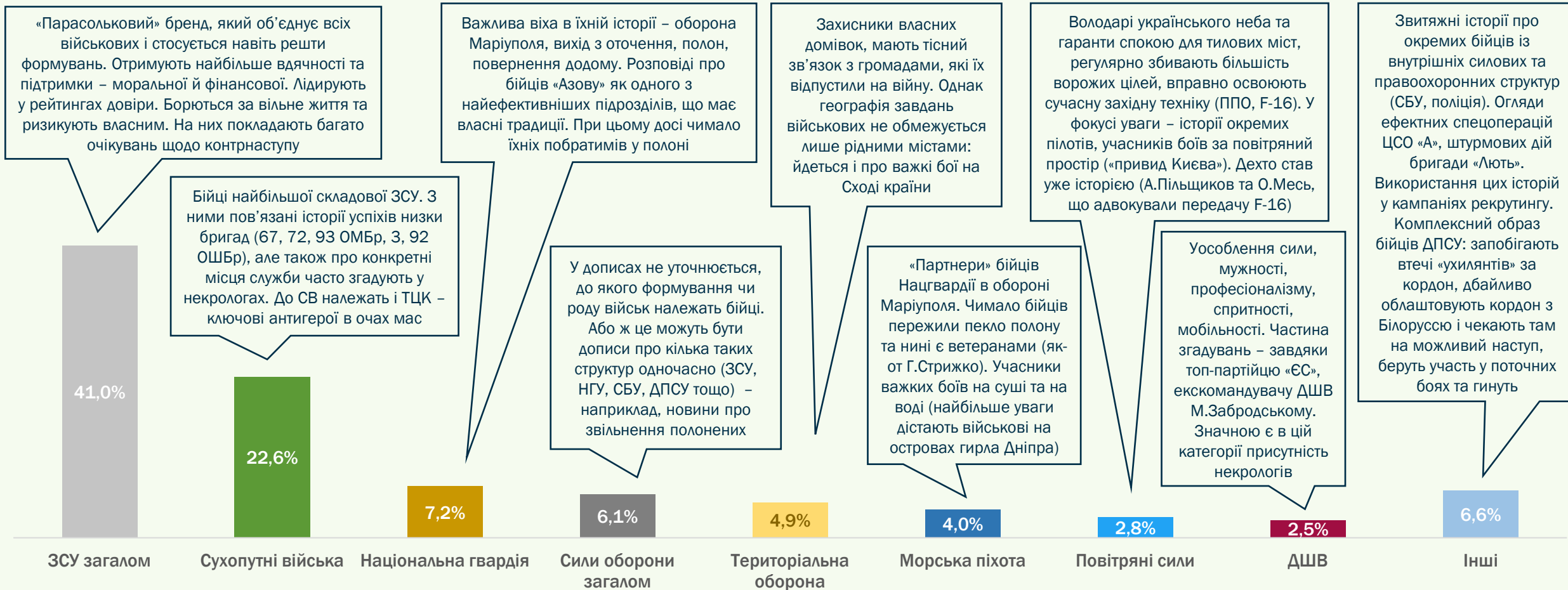
(Частка від кількості дописів)



РОДИ ВІЙСЬК / ВІЙСЬКОВІ ФОРМУВАННЯ

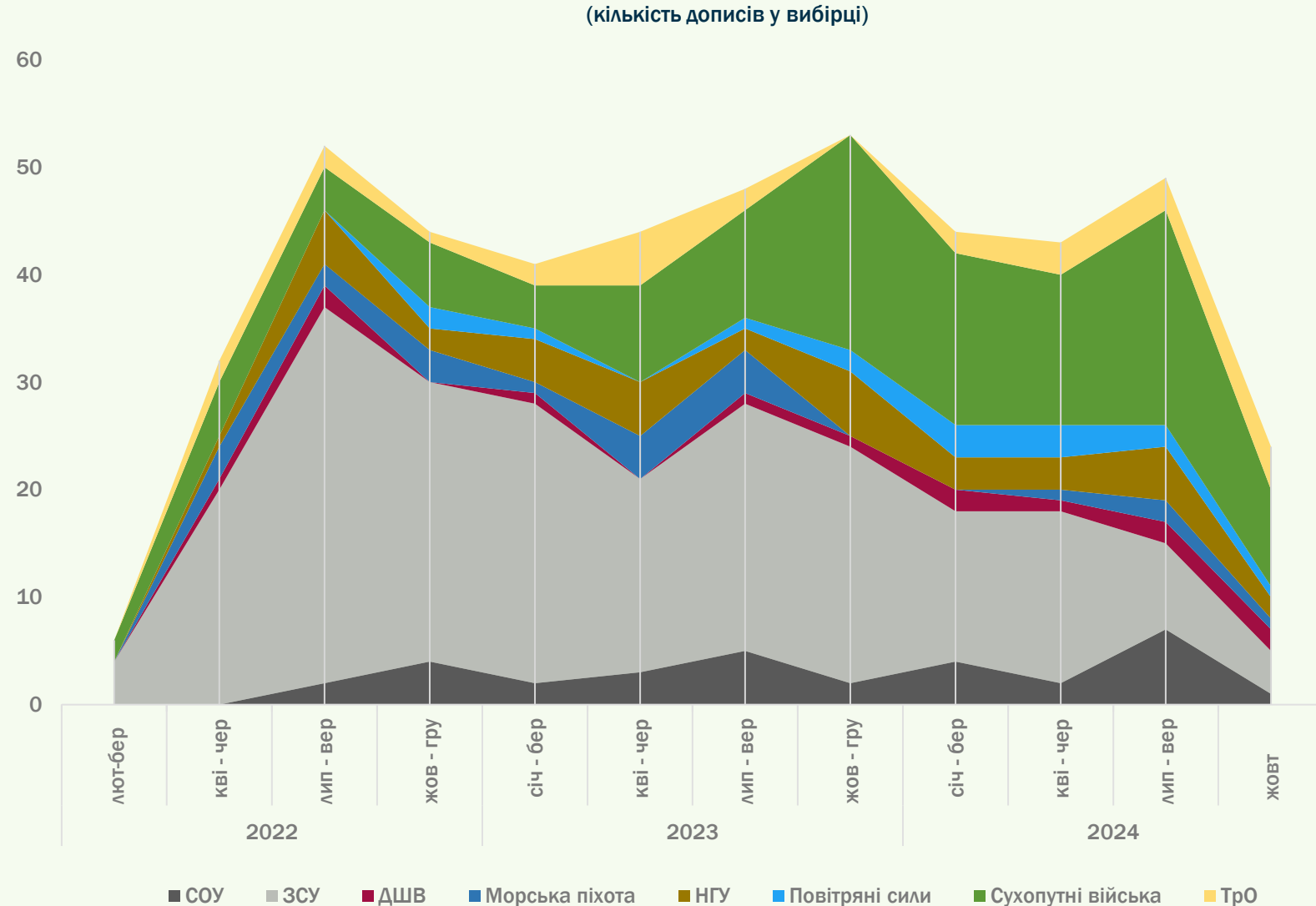
ЗСУ найпомітніші як «парасольковий» бренд і навіть певний синонім Сил оборони, часто згадуються в загальних міркуваннях. Більше нюансів – у розповідях про окремі структури: наголос то на особливостях певного роду або формування (ДШВ, ТрО, Повітряні сили), або на визначних історичних подіях (НГУ, морпіхи)

(Частка від кількості дописів у вибірці, що містять таку інформацію)



ДИНАМІКА ЗМІНИ АКЦЕНТІВ НА РОДАХ ТА ФОРМУВАННЯХ

Що довше триває війна, то більше для себе користувачі відкривають замість генералізованого образу ЗСУ конкретні бригади, здебільшого у складі Сухопутних військ, зокрема такі імениті, як 72 чи 93 ОМБр. Ще один чинник активізації уваги до цього роду військ – акцент на роботі територіальних центрів комплектування, які підпорядковані саме «сухопутці». Активність згадок про морську піхоту на початках пов'язана з її роллю в героїчних подіях : передусім оборона Маріуполя, згодом – Кринки. Пізніше, на тлі розмов про очікування передачі F-16, зростає вага у вибірці представників Повітряних сил (один із ключових контекстів – стеження за пілотирами, які готуються до виконання завдань уже в українському небі). Згадки інших родів ЗСУ (ТрО, ДШВ) або формувань поза ЗСУ (НГУ) не демонструють істотних сплесків



СПЕЦІАЛЬНІСТЬ/ПОСАДА ВІЙСЬКОВОГО

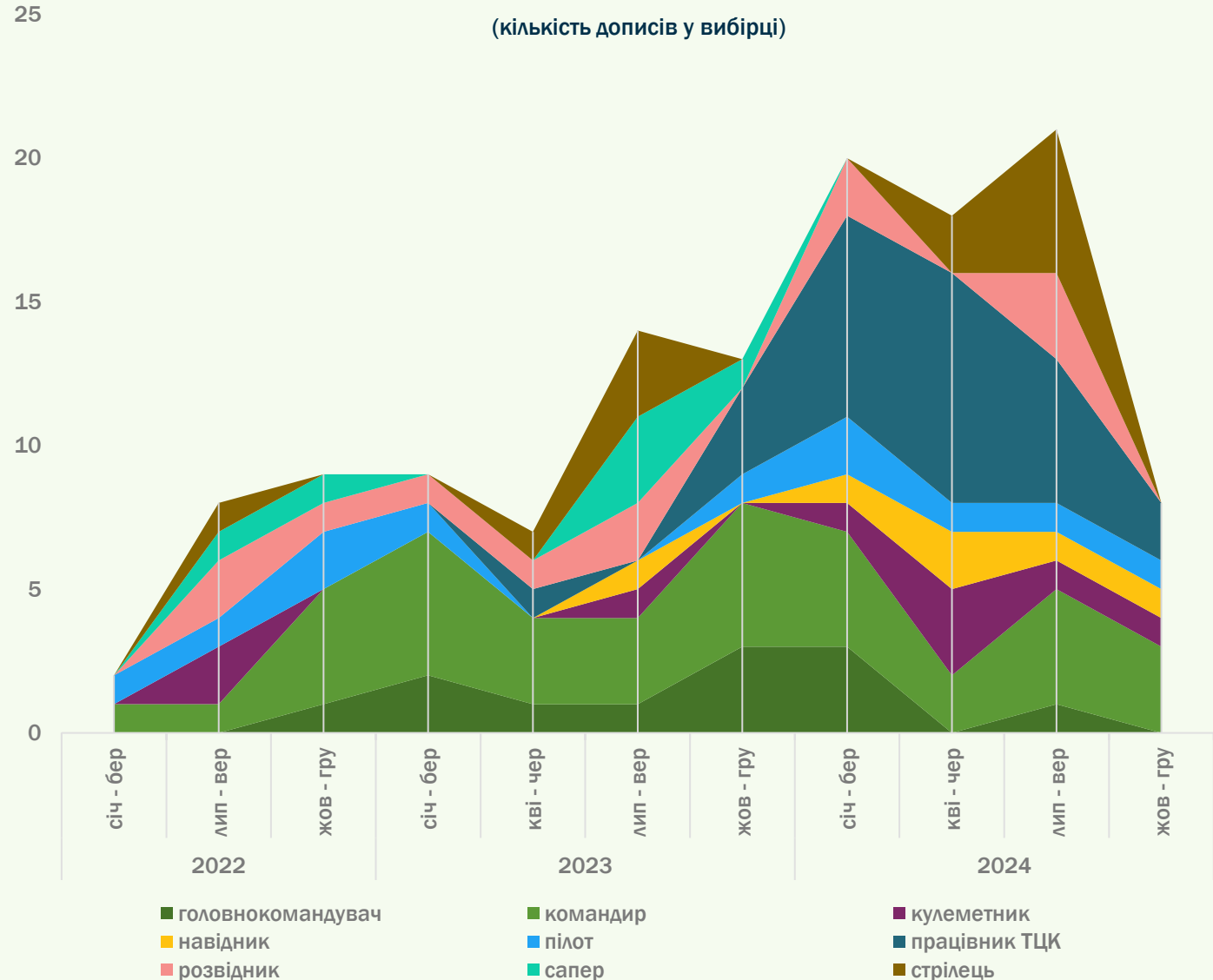
Найпоширеніші в соцмережах згадування класичних посад військових: стрільці, навідники, сапери тощо. Тим часом пов'язані з технологічними новаціями спеціальності у війську (як-от оператори БПЛА) представлені слабше, до того ж, у них рідший контекст некрологів, на відміну від піхотинців та штурмовиків. Значно ж випереджають усі ці категорії командири підрозділів – з ними часто пов'язані розповіді про винятковий розум і таланти, та працівники ТЦК – на тлі уваги до мобілізації

(Частка від кількості дописів у вибірці, що містять таку інформацію)



ДИНАМІКА ЗМІНИ АКЦЕНТІВ НА СПЕЦІАЛЬНОСТЯХ/ПОСАДАХ

На тлі розмов щодо закону про мобілізацію зросла інтенсивність публікацій про працівників ТЦК. Інші спеціальності у війську висвітлюються регулярно з початку повномасштабного вторгнення, однак і до них зростає увага разом із ТЦК – більше фокусу на індивідуальних історіях колишніх бійців, що тепер працюють у ТЦК. У перший рік великої війни помітний акцент на успіхах найбільш ризикових категорій військових на кшталт розвідників чи пілотів, які істотно впливають на перебіг подій (наприклад, у повітряних боях за Київ або обороні Маріуполя). З поступовим звиканням до війни та зосередженням її на відносно стабільній лінії фронту зростає увага до командирів, яких або хвалять за поточні здобутки, або згадують у минулому часі – як тих, хто прикривав собою підлеглих. Сплески уваги до різних спеціальностей загалом є спорадичними і не мають очевидних закономірностей (як-от із саперами в середині 2023 року)



ЧАСТИНА ДРУГА: НАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ БІЙЦІВ У 2022 РОЦІ

АРМІЯ В ПЕРШИЙ РІК ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ ОТРИМУЄ МАКСИМАЛЬНИЙ АВТОРИТЕТ ТА ДОВІРУ: ЯК ІНСТИТУЦІЯ, ЩО СПРОМОГЛАСЯ ВІДВЕРНУТИ НАЙГІРШИЙ ПЕРЕБІГ ПОДІЙ. НА КОЖНОГО ВОЇНА ПРОЄКТУЮТЬСЯ ТАКІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ЯК ВИСОКА МОТИВАЦІЯ ТА РІВЕНЬ ПІДГОТОВКИ. НА ЦЬОМУ Ж ТЛІ УКРАЇНЦІ Є ДУЖЕ ЧУТЛИВИМИ ДО ВТРАТ. КРІМ ТОГО, ВІЙСЬКОВІ УСПІХИ ДОЗВОЛЯЮТЬ ВИГРАТИ ЧАС ДЛЯ ТЕСТУВАННЯ РІЗНИХ НОВАЦІЙ В СИЛАХ ОБОРОНИ

- УКРАЇНСЬКА АРМІЯ ДОБРЕ ПІДГОТОВЛЕНА ТА ВИСОКО ВМОТИВОВАНА.

Тому готова до відсічі, до провокацій. Однак є проблеми з забезпеченням технікою (втім, це з часом вдається частково вирішити завдяки західним партнерам). Військо професійне, досвід дозволяє обганяти навіть стандарти НАТО. Особливо відчутним є цей контраст на тлі свіжомобілізованих росіян – як на початку повномасштабного вторгнення, так і після рішення В.Путіна оголосити часткову мобілізацію на тлі розгромної втечі ЗС РФ з Харківщини (у вересні).

- ВІЙСЬКОВІ – ПРИВІД ДЛЯ ГОРДОСТІ.

Ролики з фронту привертають велику увагу, активно обговорюються досягнення та нагороди.

- А ТАКОЖ – ДЛЯ ВДЯЧНОСТІ.

Хвилі подяки та любові до військових підсилюються успішним контрнаступом, армія вважається новим колективним супергероєм і має великий кредит довіри. Окрему подяку отримують військові від мешканців звільнених міст.

- УКРАЇНЦІ УВАЖНІ ДО ПОРАНЕНЬ ТА ЗАГИБЕЛІ ВІЙСЬКОВИХ.

Некрологи поширюються як пересічними громадянами щодо близьких, так і регіональною владою – тут сум поєднується з повагою.

- ПОМІТНІСТЬ ЖІНОК У ЗСУ – НЕБУВАЛА ДОСІ

На додачу до статистики щодо кількості жінок, які служать, МО наприкінці року презентує для них окремий варіант форми.

- ВІЙСЬКОВИХ НАМАГАЮТЬСЯ ЗАБЕЗПЕЧИТИ ВСІМ НЕОБХІДНИМ

Виробники презентують нові види озброєння. Військові проходять навчання та тренування. Позиції намагаються обладнати якнайзручніше. Все працює на наратив підготовки та піклування про військових, бажання перемоги.

КЛЮЧОВІ ЗМІНИ В НАРАТИВІ ЩОДО БІЙЦІВ У 2023 РОЦІ

ВІЙСЬКОВИМ СТАБІЛЬНО ДЯКУЮТЬ ЗА ЗАХИСТ, ПОКЛАДАЮТЬ НА НИХ (НЕСПРАВДЖЕНІ) ОЧІКУВАННЯ ЩОДО КОНТРНАСТУПУ, ОБГОВОРЮЮТЬ ПІДГОТОВКУ ДО НЬОГО. ЗГОДОМ З'ЯВЛЯЄТЬСЯ НЕГАТИВ ЩОДО ТЦК

- НЕЗМІННІ РИСИ:

- Українці пишаються та дякують ЗСУ, їх вітають з професійними святами;
- ЗСУ добре підготовлені та екіпіровані, дбають про тренування та побут.

- ТЦК КРИТИКУЮТЬ ЗА ЗЛОВЖИВАННЯ, СКОРОТИВСЯ Й ПОТІК ДОБРОВОЛЬЦІВ.

Повістки ТЦК поступово розгойдують хвилю обурення призовом, чим одразу користуються росіяни. Інфопростір стає полігоном для накрутки страхів щодо служби. Влада прагне згасити ці проблеми, як-от відправкою військкомів на фронт, але глобально це не допомагає. Українці пишаються ЗСУ, але не поспішають до їхніх лав. А військо потребує поповнення. Пізніше акцент зміщено на тему ціннісних розмов про «справедливість».

- ВЛАДА СХИЛЯЄТЬСЯ ПЕРЕД ГЕРОЯМИ.

На похороні «Да Вінчі» промовистим стало вшанування героя на колінах.

- СОУ ГОТУЮТЬСЯ ДО КОНТРНАСТУПУ.

Триває підготовка: українські військові швидко опановують західну техніку, долучаються до Гвардії наступу, наголошується, що окуповані українські міста чекають на ЗСУ. Особливо очікуване звільнення Криму.

- ВІЙСЬКОВЕ КЕРІВНИЦТВО ЗАЗНАЄ ГУЧНОЇ КРИТИКИ.

Для українців немає недоторканих: провини військового керівництва стають помітними оперативно, як у кейсі із загибеллю військових 128 бригади на шикуванні. Проте дедалі більше й бруду щодо командування, неконструктивних чвар (як-от між

М.Безуглою та В.Залужним). Є напруга між цивільною й військовою владою.

- ІНШІ ВІЙСЬКОВІ ТЕЖ ЗАЗНАЮТЬ КРИТИКИ.

Військкоми-садисти, дніпровські поліцейські, інші гучні випадки, як-от В.Шайтанов, отримують хвили уваги.

- ВІЙСЬКОВІ СТИКАЮТЬСЯ ЗІ ЗНЕВАГОЮ З БОКУ ВЛАДИ.

Розганяються одразу декілька кейсів критики: щодо поганого забезпечення військових, приховування втрат, гонінь на тих, хто «каже правду»: критикує владу, перебуваючи у війську.

- ДРУГЕ ДИХАННЯ ОТРИМАВ ЗАПИТ НА ВЕТЕРАНІВ/ВІЙСЬКОВИХ У ПОЛІТИЦІ.

Подібне було і в 2014 році під час війни на Донбасі. Хоча перспективи виборів за великої війни туманні.

КЛЮЧОВІ ЗМІНИ В НАРАТИВІ ЩОДО БІЙЦІВ У 2024 РОЦІ

РАДИКАЛІЗУВАЛИСЯ КОНФЛІКТИ ДОВКОЛА ТЦК, ТА Й САМІ ВІЙСЬКОВІ ДЕДАЛІ БІЛЬШЕ ВІДЧУВАЮТЬ ФРУСТРАЦІЮ ЧЕРЕЗ НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ТЕРМІНІВ СЛУЖБИ, НЕРІДКО ПОМІТНІ ВІДЧАЙДУШНІ КРОКИ, ЯК-ОТ СЗЧ. ПРОТЕ ВІЙСЬКО ТЕХНОЛОГІЧНО ТРАНСФОРМУЄТЬСЯ ТА ПОПОВНЮЄТЬСЯ ЕНТУЗІАСТАМИ ВСУПЕРЕЧ ЗАГАЛЬНОМУ ТРЕНДУ РАДШЕ УНИКАТИ МОБІЛІЗАЦІЇ

- НЕЗМІННІ РИСИ:

- Військові залишаються предметом гордості та вдячності;
- Винятком є ТЦК – джерело страху для цивільних (а більшість тих, хто хотів стати військовим, вже зробили це). Сплески обговорення – рейди після концертів, інших масових заходів;
- Поширюються розповіді про креативні рішення на фронті, військовими милуються, а самі вони хваляться – кухарями, спорядженням – і розповідають про досвід;
- Цивільна влада й надалі переслідує військову: В.Залужного звільнено, що викликає невдоволення: передрікають важкі часи. Ще одну хвилю осуду викликають нові воєначальники;
- Всенародний сум за загиблими – П.Петриченком, І.Цибух тощо.

- ПРОБЛЕМОЮ СТАЮТЬ СЗЧ.

Кількість СЗЧ зросла, це намагаються вирішити через дозвіл повертатися не до своєї бригади: військовий може зберегти посаду й не бути покараним.

- ВІЙСЬКОВІ – ЗАРУЧНИКИ НЕВСТАНОВЛЕНИХ ТЕРМІНІВ СЛУЖБИ.

Ухвалений закон про мобілізацію критикують військові, не вбачаючи там перспектив свого звільнення зі служби. СЗЧ С.Гнезділова ініціює обговорення втоми військових. Які переважно засуджують вчинок публічно. Попри все, змін у сприйнятті не стається: воювати має хтось інший.

- ВОДНОЧАС, АРМІЯ ЦИФРОВІЗУЄТЬСЯ.

Мова йде не тільки про оновлення даних для ТЦК, а й про зміни для самих військових (спрощення

документообігу, можливість електронних переведень). Влада анонсує подальші покращення.

- МИТЦІ ТА ЛІДЕРИ ДУМОК – СВІЖА КРОВ У ВІЙСЬКУ.

Сили оборони отримують нову хвилю поповнення за рахунок лідерів думок, які в такий спосіб ще й стають амбасадорами мобілізації: С.Жадан, О.Українець, О.Шкробинець, С.Чирков, А.Лузан, С.Гусак.

- ЗСУ СТАЮТЬ ТЕХНОЛОГІЧНІШИМИ.

На фронті з'являються собаки-роботи, наприкінці серпня влада хвалиться кількома потужними розробками («Паляниця», власна балістична ракета тощо), багато й традиційних новин про тренування військових – армія виглядає сучасною.

- ВІЙСЬКОВИЙ – ЦЕ СУПЕРГЕРОЙ.

Ця характеристика зародилася в 2022 і стала елементом стратегічного наративу. Її не меншає істотно навіть у 2024. Для родичів ті, хто йде до війська, є героями за замовчуванням. Уявлення про супергеройські здібності бійців підсилюють розповіді про них в дії – як-от під час контрнаступів: хоча таких розповідей відсотково й менше, ніж історій про буденну роботу на позиціях.

- ЗСУ – КЛЮЧОВИЙ БРЕНД ВІЙНИ ТА СИНОНІМ ВІЙСЬКА ЗАГАЛОМ.

ЗСУ виходять далеко за власні інституційні межі й асоціюються взагалі з будь-яким військовим. Українці дякують саме ЗСУ за спокій та комфорт, саме для ЗСУ найбільше переказують грошей, саме до ЗСУ в цілому (а не до конкретного формування чи бригади) відпускають своїх рідних. Цивільні воліють згадувати ЗСУ як абстрактну чи віртуальну силу, що сама по собі існує та є «десь далеко» – а не спільнотою живих

людей, об'єднаних відчуттям обов'язку. Особливо це було помітно у перші роки великої війни.

- БРИГАДИ ЗСУ ПЕРЕБУВАЮТЬ У ТІНІ КЛЮЧОВОГО БРЕНДУ, ЗА ОКРЕМИМИ ВИНЯТКАМИ.

Розповіді про численні бригади ЗСУ, навіть видатні – як-от 72 ОМБр чи 93 ОМБр, рідко є у фокусі уваги соцмереж. Окремий акцент помітний хіба що на «Азові» (який забезпечує левову частку помітності Нацгвардії) та, меншою мірою, 3 ОШБр. Найбільше сформували образ «азовців» бої за Маріуполь та оборона «Азовсталі», їхнє перебування в полоні. Однак з кінця 2024 ця ситуація змінюється, і конкретні підрозділи стають більш помітними.

- ВОЇН – ПЕРШ ЗА ВСЕ У ПІХОТІ НА ПЕРЕДОВІЙ.

Найбільше сукупно зафіксовано згадок класичних фронтових спеціальностей: стрільців, кулеметників, навідників. Значно менш помітні технологічні

спеціальності, як-от дронавод. На другому плані лишаються і військові медики, і суто небойові спеціальності (як-от діловоди).

- ПОМІТНЕ ПРОТИСТАВЛЕННЯ ПРОГРЕСИВНИХ «НИЗОВИХ» КОМАНДИРІВ ТА «РАДЯНСЬКИХ» ГЕНЕРАЛІВ.

Соцмережі уважні до розповідей про командний склад. Відповідальні й розумні менеджери виступають стрижнем армії, надією на зміни в ній. Особливо – на низовому рівні. А от деякі «верхи» все ще асоціюються з радянськими практиками та злочинними наказами, як-от шикування 128 ОГШБр.

- ФІНАНСОВА МОТИВАЦІЯ ПРАКТИЧНО НЕ ФІГУРУЄ В РОЗМОВАХ ПРО БІЙЦІВ.

Грошовий чинник є геть другорядним при описі мотивації бійців. Обличчям армії стали добровольці, про яких усі розуміють, що вони там не через гроші.

- З ЧАСОМ ЦИВІЛЬНІ, ОСОБЛИВО ЖІНКИ, ДЕДАЛІ МЕНШЕ ПИШУТЬ ПРО ВІЙСЬКОВИХ.

Кількість дописів про військових від індивідуальних користувачок соцмереж падає, тому більше підтримують акаунти медіа та новинні пабліки: прості користувачі відстали від них після розгляду законопроекту про мобілізацію. Тож частина цивільних відмежувалася від бійців: читають про них, але не пишуть.

- ЗАМАЛО УВАГИ ДО ПРОБЛЕМ ЗСУ.

Образ військових як «сонечок», «хлопців» чи супергероїв у соцмережах дедалі більше контрастує з проблемами ЗСУ, як-от середній вік армії, невизначеність щодо термінів служби, СЗЧ, дефіцит людей на бойових посадах, неадекватність деяких командирів тощо. Самі військові в соцмережах теж рідко розповідають про рішення щодо СЗЧ – імовірно, остерігаючись осуду. Бракує жвавої народної комунікації про повсякденні складнощі захисників.

- ТАК САМО МАЛО УВАГИ – ДО РЕФОРМ.

Про це говорять майже винятково офіційні спікери.

- БОЄЦЬ АСОЦІЮЄТЬСЯ З ВТРАТАМИ ТЕЖ ПЕРШ ЗА ВСЕ В ОЧАХ ЦИВІЛЬНИХ.

Військовослужбовці порівняно рідко пишуть про втрати побратимів, імовірність своєї загибелі чи поранення. З втратами та ризиком віддати життя військових частіше пов'язують цивільні користувачі, при чому жінки – удвічі частіше, ніж чоловіки.

- ТЦК – ОСНОВНИЙ НЕГАТИВНИЙ БРЕНД.

Абревіатура ТЦК увірвалася в народний лексикон приблизно з другої половини 2023 – на тлі зростання потреб армії в людях і водночас кричущих фактів заробітку воєнкомів на страхах громадян. На цьому тлі для цивільних сцени «бусифікації» стають шоком.

- ПРИ ЦЬОМУ ТЦК НЕ СПРИЙМАЮТЬСЯ ЯК ЧАСТИНА ЗСУ.

Негативні характеристики щодо ТЦК

поширюють навіть військові з передової: скаржаться на надсилання солдатів без підготовки, слабо вмотивованих, з вадами здоров'я. Про працівників ТЦК майже не говорять у контексті їхнього бойового досвіду – так, ніби вони просто влаштувалися на комфортні посади.

- СТРАХ ПЕРЕД МОБІЛІЗАЦІЄЮ СУПРОВОДЖУЄТЬСЯ БРАКОМ УВАГИ ДО НАВЧАННЯ ВОЇНІВ.

Громадяни необізнані щодо процесу навчання, й це сприяє посиленню стереотипів про ризики, з якими можуть стикатися бійці.

- З ІНШОГО БОКУ, ДОБРОВІЛЬНА МОБІЛІЗАЦІЯ ДЕДАЛІ МЕНШ ПОМІТНА.

Суспільні авторитети (письменники, артисти) показово долучаються до війська, але ці історії, помітні у наративному аналізі, не підхоплюють пересічні користувачі. Окрім того, дуже рідко трапляються історії успіху примусово мобілізованих.

- **САМІ ВІЙСЬКОВІ ФОРМУЮТЬ НАЙМЕНШ ПАФОСНИЙ ОБРАЗ СЕБЕ.**

В їхніх дописах фактично немає героїчної риторики, в тому числі про відомих завдяки медіа загиблих бійців. Натомість вони найбільше приділяють уваги проблемам, побутовим умовам та повсякденному життю.

- **НАЙБІЛЬШЕ ВПЛИВАЮТЬ НА РИСИ ОБРАЗУ БІЙЦЯ ГУЧНІ МЕДІЙНІ ПОДІЇ.**

Зміни образу рідко стаються поступово, просто тому, що накопичується певна кількість бійців з такою характеристикою. Майже завжди тектонічні зміни настають через певну подію: теракт в Оленівці підсвітив роль бійця ЗСУ як жертви, а передача літаків збільшила помітність льотчиків. Відповідно, і планування змін цього образу має включати такі події.

- **ВІЙСЬКОВІ ЗОСЕРЕДЖЕНІ НА БОЙОВИХ ДІЯХ У 2-3 РАЗИ БІЛЬШЕ, НІЖ ЦИВІЛЬНІ.**

Хоча і військовозобов'язані, і не зобов'язані пишуть про власне бойові дії, але саме для військових ця ситуація займає понад третину дописів, які характеризують бійців.

- **ОБРАЗ БІЙЦЯ ДУЖЕ «ПОДОРΟΣЛІШАВ» ПОРІВНЯНО З 2022 РОКОМ, АЛЕ ЛИШЕ ДЛЯ ТИХ, ХТО ХОЧЕ ПРО ЦЕ ЗНАТИ.**

Замість ідеалізації та цілковитого покладання на бійців у всіх сферах життя українці отримали можливість прочитати про різноманітні аспекти їхньої роботи, включаючи численні проблеми, з якими ті стикаються. Бійці «вибороли» право бути неприємними, недостатньо професійними, навіть слабкими. Але при цьому такий контент доступний лише окремим категоріям аудиторії соціальних мереж: тим, хто має рідних на фронті, допомагає їм як волонтер або ж

тим, хто, навпаки, намагається триматися від фронту подалі і ховається від ТЦК. Що ж до решти аудиторії – то тут можна знайти варіації від такого, як і раніше, некритичного обожнювання та возвеличення, і аж до байдужості та втрати інтересу до бійців. З великою ймовірністю обожнювання є ознакою того, що людина, яка його висловлює, з реальними бійцями не спілкується і не перетинається: ми переглянули профілі авторок, які 2022 року активно «вірили в ЗСУ» на словах: чимало з них тепер дистанційовані від тематики війни, навіть можуть споживати й поширювати російський контент. Натомість в акаунтах тих, хто і далі в 2024 році підтримує ЗСУ, частіше трапляються апеляції до комунікації з військовими чи від імені військових (як-от мітинги за чіткі терміни служби, звільнення полонених).

Загальна рекомендація – не намагатися повернути ідеалізований образ військового, а працювати з «дорослим» образом, який уже почав формуватися, робити його більш ефективним. Далі – більш детальні поради з цього приводу.

- ОНОВИТИ «КАНОН» РОЗПОВІДІ ПРО ТИПОВОГО БІЙЦЯ.

Наразі цей канон можна звести до історії «був звичайним цивільним (-ою), але 24 лютого 2022 не міг не піти до війська, і тепер він там профі, хоча і мріє повернутися до родини». Тобто, основний конфлікт оповіді – між військовим та цивільним життям. Зараз цей формат уже сприймається як заїжджений. Новий канон може фокусуватися більше на інших конфліктах: про військо як можливість подолати проблеми, які не давали жити раніше в цивільному житті (родинні, професійні тощо). Є сенс розповідати, як військо розкриває таланти, які раніше не було можливості розкрити, змінює формат стосунків тощо.

Цей конфлікт дає можливість спрямувати історію на зміни: від особистих (після перемоги – неповернення на стару роботу, відмова від токсичних стосунків, початок чогось нового) до змін на рівні країни. В такий спосіб, зокрема, можна розповідати й історії успіху нещодавно мобілізованих.

- ПРИДІЛЯТИ БІЛЬШЕ УВАГИ ВЕЛИКИМ НАРАТИВНИМ ФОРМАМ.

Розповіді, більші за обсягом, ніж прості новини чи короткі відео (тобто, щонайменше, фільми, оповідання, мультимедійні репортажі тощо), можуть вмістити більше подробиць про бійців, дати комплексне уявлення про них: і про слабкості, і про сильні риси – що допоможе цивільним краще розуміти їхні потреби, більше співпереживати їм. Однак безумовно цю справу треба доручати лише тим, хто підтвердив можливість створювати дійсно популярні твори, адже витрати на створення таких продуктів високі.

- ПЕРЕТВОРЮВАТИ ГЕРОЇЗМ БІЙЦІВ НА ІНФОПРИВОДИ.

Проте, увага до великих форм значною мірою драйвиться малими. Для того, щоб привернути увагу до історії бійця, він або вона мають стати героєм/героїнею мемів (як у випадку з «попала, Наташа, попала!»), або ж принаймні просто гучної новини, про яку всі говоритимуть.

- ПОВЕРТАТИ І ОНОВЛЮВАТИ «ЖІНОЧУ» КОМУНІКАЦІЮ ПРО ВІЙСЬКОВИХ.

Жінки помітно менше стали (ре)транслявати контент про військових (див. слайд 7), щойно ті перестали бути ідеалізованими. Але вони продовжують звертати увагу на персональні історії бійців, які їх зворушують. На них може бути спрямована окрема комунікація в наративній формі, з прицілом на прийняття бійців такими, якими вони є, турботу за них і підтримку.

- **МАСШТАБУВАТИ РОЗПОВІДІ ПРО ЯКІСТЬ ПІДГОТОВКИ ВІЙСЬКОВИХ.**

Щоб боротися зі стереотипами довкола мобілізації та подальшої військової служби, варто більше розповідати історій успішної підготовки новобранців. Але при цьому не робити нудні репортажі чи розповіді про сам процес підготовки, а піднімати цю тему у випадку, коли увагу аудиторії хтось уже привернув: скажімо, героїчним вчинком. Адже сама по собі ця тема приваблює менше, ніж історії про подвиги.

- **ПОПУЛЯРИЗУВАТИ «НЕМЕДІЙНІ», АЛЕ УСПІШНІ ПІДРОЗДІЛИ.**

Варто вкладати більше зусиль у розкритку тих підрозділів, які вже мають певні здобутки, але про них мало відомо широкому загалу.

- **«ПЕРСОНАЛІЗУВАТИ» МОБІЛІЗАЦІЙНУ КОМУНІКАЦІЮ.**

Частіше залучати до медійних кампаній людей, що безпосередньо керують підрозділами: як показує дослідження, вони є одними з найпомітніших фігур в армії й багато в чому імідж підрозділу залежить від відповідальних та розумних командувачів. Здорова конкуренція між бригадами за мобрезерв сприятиме не лише загальному прогресу в умовах для бійців, але й більш рельєфному сукупному іміджу ЗСУ.

- **ПОСИЛЮВАТИ НАРАТИВ ОНОВЛЕННЯ КОМАНДУВАННЯ.**

Приділяти увагу реформі навчання офіцерів, оповіди, як командування поволі переходить від випускників радянських навчальних закладів або тих, хто «для корочки» вступив на військову кафедру, до тих, хто свідомо

опановував військову справу. Варто також популяризувати таке навчання.

- **ПІДСВІЧУВАТИ ІСТОРІЇ ТИЛОВИКІВ ТА МАЛОПОПУЛЯРНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ.**

Про ці категорії військових варто розповідати більше в соцмережах, пояснювати, скільки у війську медійників, програмістів чи діловодів, а також, наприклад, снайперів, механіків та ін. Розповідати про те, як саме вони наближають перемогу.

- **КОМУНІКУВАТИ РЕФОРМИ У ВІЙСЬКУ ЧЕРЕЗ ІСТОРІЇ ОКРЕМИХ БІЙЦІВ.**

Персоніфікована розповідь про зміни, такі, як цифровізація, зміни процесу підготовки бійців тощо, краще сприйматиметься через приклади конкретних бійців, яким воно полегшило життя: це стандартний прийом будь-якого телевізійника – завжди шукати «героя» для історії.